

# PMP

## Estudio de Mercado Partes Muebles de Madera en Polonia

2014

Documento elaborado por la Oficina Comercial de Chile en Varsovia – ProChile Polonia

**pro|CHILE**  
IMAGINA · CRECE · EXPORTA



# Tabla de contenido

<b>I. RESUMEN EJECUTIVO</b> .....	<b>4</b>
1. Las oportunidades del producto chileno en el mercado. ....	4
2. Recomendaciones de la Oficina Comercial. ....	5
3. Análisis FODA .....	5
<b>II. Acceso a Mercado</b> .....	<b>6</b>
1. Código y glosa SACH.....	6
2. Código y glosa sistema armonizado local en país de destino. ....	7
3. Aranceles de internación para producto chileno y competidores. ....	8
4. Otros impuestos y barreras no arancelarias. ....	8
5. Regulaciones y normativas de importación. ....	8
6. Requerimientos de etiquetados para ingreso al país .....	10
7. Certificaciones. Legislación y requerimientos locales. ....	10
<b>III. Potencial del Mercado</b> .....	<b>11</b>
1. Producción local y consumo .....	11
Centros de consumo y estacionalidad de demanda .....	13
2. Importaciones .....	15
<b>IV. Canales de Distribución y Actores del Mercado</b> .....	<b>19</b>
1. Identificación de los principales actores en cada canal .....	19
2. Diagramas de flujo en canales seleccionados. ....	20
3. Posicionamiento del producto en canal(es) analizado(s). ....	21
<b>V. Consumidor/ Comprador</b> .....	<b>21</b>
1. Características. Descripción Perfil/Hábitos/Conductas. ....	21
2. Influencias en decisiones de compra de tendencias (sustentabilidad, etc.).....	23
<b>VI. Benchmarking (Competidores) y Tendencias</b> .....	<b>25</b>
1. Principales marcas en el mercado ( <i>locales e importadas</i> ). ....	25
2. Segmentación de competidores (commodity, nicho, etc). ....	27
3. Atributos de diferenciación de productos en el mercado .....	28
4. Campañas de marketing de competidores externos o productores locales: (links e imágenes). ....	29
<b>VII. Opiniones de actores relevantes en el mercado</b> .....	<b>29</b>
<b>VIII. Fuentes de información (Links)</b> .....	<b>30</b>
1. Autoridades en Polonia .....	30
2. Otras Asociaciones de Interés .....	31

3. Ferias y Eventos Locales ..... 31

# I. RESUMEN EJECUTIVO

Polonia es un mercado muy atractivo comercialmente. El país presenta una economía en crecimiento e instituciones estables. Su ingreso a la Unión Europea en el año 2004 lo ha convertido en un país más asequible y de gran potencial para los exportadores. Cabe mencionar que la UE realiza importantes transferencias de recursos que han ayudado al aumento del nivel de consumo interno.

La población es de aproximadamente 38,5 millones de personas y según el Fondo Monetario Internacional, el año 2013 su PIB per cápita en términos de poder adquisitivo fue de USD 21.968 cifra que ha aumentado año a año.

Polonia es de los mayores productores de muebles en el mundo, representando un 10% de la producción de muebles en Europa en el año 2012. Dicho año el sector representó para la economía polaca un 1,8% de su PIB, el triple del promedio de la Unión Europea, lo que la define como una industria muy desarrollada y de gran interés para proveedores de partes de muebles. Cabe destacar que 90% de la producción de muebles es exportada, representando el año 2012 un valor de 7,5 billones de euro. Por otra parte, las importaciones alcanzaron los 2 billones de euro determinando una balanza comercial muy positiva para Polonia<sup>1</sup>.

El dominio de Polonia en el mercado europeo en la producción de muebles se debe al ingreso de fuertes empresas transnacionales y gran capital inversor, principalmente de procedencia alemana. Además, empresas como la sueca IKEA poseen varias plantas de producción en Polonia donde se realiza la fabricación del 40% de sus muebles. Esta empresa sigue viendo gran potencial de desarrollo en el mercado polaco con un plan de inversiones de cerca de 1.000 millones de euros anuales.<sup>2</sup> “Polonia es el cuarto productor mundial de muebles y el mayor exportador de Europa” según el Ministro de Economía de Polonia.<sup>3</sup>

Dada la importancia del mercado de muebles y grado de desarrollo de éste, Polonia es un importador de maderas, lo que representa una oportunidad para los países que exporten esta materia prima. En el caso de las maderas de coníferas aserradas, el año 2013, Polonia importó aproximadamente USD \$169.695.000<sup>4</sup>, principalmente desde Suecia, Alemania y Letonia. En cuanto a la madera perfilada de coníferas se importó la cantidad de USD \$22.285.000, donde destacan los países Alemania, República Checa y Estonia.

Acorde a la Aduana de Polonia, en los últimos años se importó desde Chile madera de coníferas aserradas específicamente el producto código **44071038**, valoradas en \$102.000 USD que lo convierte en el octavo origen de importación del país, representado un 1,41% del valor total importado del producto referido.

## 1. Las oportunidades del producto chileno en el mercado.

La producción de muebles en Polonia se ha desarrollado en los últimos años en forma importante convirtiéndose en un mercado muy interesante para exportar productos relacionados a esta industria. La producción de muebles

<sup>1</sup> <http://www.msz.gov.pl/resource/82971f69-d890-4394-aff7-01899c796784:JCR>

<sup>2</sup> <http://tvn24bis.pl/informacje,187/ikea-inwestuje-na-slasku-plan-y-na-25-hektarow,435821.html>

<sup>3</sup> <http://www.ekonomia.rp.pl/arttykul/1110118.html>

<sup>4</sup> *International Trade Centre – Trade map*

de Polonia está enfocada a exportación a otros miembros de la UE especialmente Alemania. Existen empresas chilenas con exportaciones realizadas al mercado polaco que evidencian la potencialidad de un mercado poco conocido. El feedback de la industria local es de desconocimiento de la oferta exportable chilena, pero con apertura a tomar contacto y recibir la información necesaria para evaluar posibilidades de negocios.

## 2. Recomendaciones de la Oficina Comercial.

Es muy importante que el proveedor nacional establezca contacto con un comprador que sea coherente a sus estándares de calidad y capacidad productiva o que el exportador se ajuste a los requerimientos del importador. Es fundamental que el proveedor cuente con un sistema de control de calidad efectivo que genere confianza y garantice sus pedidos. La imagen es muy importante en esta industria por lo que los puntos de contacto tienen que estar alineados y deben demostrar trayectoria y profesionalismo para así crear una alianza estratégica de largo plazo entre empresas. Por otro lado, el contar con certificaciones de producción forestal FSC y PEFC es prácticamente una condición indispensable de la industria en Europa.

Resulta imprescindible visitar reiteradamente el mercado y las empresas en sus sedes o ferias celebradas en Europa así como también establecer contactos con cámaras o gremios del sector. Dicha táctica es recomendable para los abastecedores de cualquier producto en Polonia y resulta fundamental para establecer lazos de cooperación de largo plazo.

## 3. Análisis FODA

<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Estrategia comercial en el mercado:</b> Demostrar en todos los puntos de contacto con el importador coherencia con sus objetivos.</li> <li>• <b>Estrategia ante competidores:</b> Aprovechar la imagen y reconocimiento de Chile como productor de madera</li> <li>• <b>Posicionamiento frente a competidores:</b> Alta Calidad</li> </ul>	FACTORES INTERNOS	
	Fortalezas	Debilidades
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Alta calidad</li> <li>- Gran capacidad productiva.</li> <li>- Experiencia en exportación.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Distancia geográfica.</li> </ul>

<b>FACTORES EXTERNOS</b>	<b>Oportunidades</b> - Aumento en últimos años de valor de importación. - Gran reconocimiento de la industria de muebles en Polonia. - Inversión en marketing de la industria de muebles en Polonia. - Fuerte economía de los países a donde Polonia exporta muebles especialmente Alemania.	Participar en actividades donde se potencie la imagen de Chile como productor de madera.	Stock suficiente para cubrir la demanda o mantener stock en países cercanos a Polonia como Alemania.
	<b>Amenazas</b> - Gran competencia - Sensibilidad al precio del transporte.	Potenciar la imagen de Chile como productor de madera de alta calidad.	Tener un importador que sea coherente con la calidad y capacidad productiva del proveedor nacional.

## II. Acceso a Mercado

### 1. Código y glosa SACH

Código Arancelario	Descripción
<b>44071016</b>	Tableros laminados encolados por sus cantos («edge glue panels»), de espesor inferior o igual a 40 mm, ancho inferior o igual a 1.200 mm, de longitud.
<b>44071019</b>	Las demás
<b>44071013</b>	Madera cepillada ya sea en todas sus caras y cantos o solamente en alguno (s) de ellos
<b>44091022</b>	Perfiles y molduras
<b>44091090</b>	Las demás

## 2. Código y glosa sistema armonizado local en país de destino.

Código Arancelario	Descripción
44071015	<p>Madera de coníferas aserrada o desbastada longitudinalmente, cortada o desenrollada, de espesor &gt; 6 mm, lijadas, o por los extremos, incluso cepillada.</p> <p><i>Drewno przetarte lub strugane wzdłużnie, skrawane warstwami lub obwodowo, nawet strugane, szlifowane lub łączone stykowo, o grubości przekraczającej 6 mm – Iglaste - Szlifowane; łączone stykowo, nawet strugane lub szlifowane.</i></p>
44071038	<p>Madera de coníferas aserrada o desbastada longitudinalmente, cortada o desenrollada, de espesor &gt; 6 mm, cepilladas (EXCEPTO unida por los extremos, el abeto de la especie "Picea abies Karst.", PLATA FIR "ABIES ALBA MOLINO." Y PINO DE LA ESPECIES "Pinus sylvestris L.").</p> <p><i>Drewno przetarte lub strugane wzdłużnie, skrawane warstwami lub obwodowo, nawet strugane, szlifowane lub łączone stykowo, o grubości przekraczającej 6 mm – pozostałe: Świerkowe z gatunku Picea abies Karst lub jodły (Abies alba Mill.), Sosnowe z gatunku Pinus sylvestris L.</i></p>
44071098	<p>Madera de coníferas aserrada o desbastada longitudinalmente, cortada o desenrollada, de espesor &gt; 6 mm (exc. cepilladas o con arena, y el abeto "Picea abies Karst.", PLATA FIR "ABIES ALBA MOLINO." Y PINO "Pinus sylvestris L.").</p> <p><i>Drewno przetarte lub strugane wzdłużnie, skrawane warstwami lub obwodowo, nawet strugane, szlifowane lub łączone stykowo, o grubości przekraczającej 6 mm – pozostałe.</i></p>
44091011	<p>Madera de coníferas, incl. las tablillas y frisos para parkés sin ensamblar, perfilada longitudinalmente con lengüetas, ranuras, rebajes, acanalados, biselados, con juntas en V, moldurados, redondeados o similares, en una o varias caras, cantos o extremos, incl. Cepillada, lijada o unida por los extremos (exc. varillas y molduras para marcos de cuadros, fotografías, espejos u objetos similares)</p> <p><i>Drewno (włącznie z klepkami i listwami na parkiet, niepołączonymi), kształtowane w sposób ciągły (z wypustem, rowkiem, ze ściętymi krawędziami, zaokrąglone, ze złączami w jaskółczy ogon i tym podobne) wzdłuż dowolnej krawędzi, końców lub powierzchni, nawet strugane, szlifowane lub łączone stykowo – Iglaste - Na ramy do obrazów, fotografii, luster lub podobnych przedmiotów.</i></p>

### 3. Aranceles de internación para producto chileno y competidores.

**Arancel General:** El arancel general es 0% para los códigos analizados en este informe. En la Base de Datos del Mercado de la Unión Europea es posible revisar los aranceles que aplican a las importaciones a la Unión Europea, especificando el país exportador y el código.

**Arancel Preferencial Producto Chileno:** Los códigos estudiados que provengan de Chile no tienen aranceles para ingresar a la Unión Europea. Es así que los exportadores chilenos se encuentran en una situación competitiva.

**Otros Países Con Ventajas Arancelarias:** Al revisar los aranceles que aplican a estos códigos provenientes de Brasil, Estados Unidos, Canadá o Rusia, principales competidores extra comunitarios, fue posible apreciar que tampoco aplican aranceles. Es así que los productores nacionales se encuentran en igualdad de condiciones para competir con otros productores.

### 4. Otros impuestos y barreras no arancelarias.

El Impuesto al Valor Agregado (IVA) que aplica a los muebles de madera en Polonia corresponde al 23%.<sup>5</sup>

### 5. Regulaciones y normativas de importación.

#### **CITES, Protección de especies en peligro de extinción.**

Las importaciones de determinadas especies de animales y plantas amenazadas (o partes o derivados hechos de las mismas) están sujetas al cumplimiento de las medidas reguladoras de vida silvestre de la Unión Europea (UE). La Legislación de la UE de vida silvestre corresponde al Reglamento (CE) n.º 338/97 (DO L-61 03/03/1997) (CELEX 31997R0338), basado en la Convención sobre el Comercio Internacional de Especies Amenazadas de Fauna y Flora Silvestres (CITES), que cuenta con un sistema de doble control relativo a la exportación y los controles de las importaciones, tanto en el país de origen como en la UE. En cada Estado miembro de la UE, el sistema está gestionado por:

- Una autoridad administrativa, que emite los permisos y los controles de importación
- Una autoridad científica, que actúa como órgano consultivo

Por otra parte, para la importación de todo tipo de bienes a la Unión Europea es necesario que el transportista presente una “Declaración Sumaria de Entrada” que contiene información referente a la carga que está

<sup>5</sup> [http://www.paiz.gov.pl/polish\\_law/taxation/vat](http://www.paiz.gov.pl/polish_law/taxation/vat)

ingresando a la Unión Europea. La anticipación requerida con la que debe ser presentado el formulario depende del medio de transporte así como también si los bienes son transportados en contenedores o al granel. Sin embargo, se recomienda que la documentación sea presentada en aduanas 24 horas antes de llegada de los bienes al punto de ingreso a la UE. Para mayor información, se recomienda revisar la siguiente [fuente](#).

El Reglamento establece los requisitos y procedimientos diferentes para cada una de las agrupaciones de especies incluidas en los anexos A, B, C y D, para mayor información revisar la siguiente [fuente](#).

Las importaciones en la Unión Europea (UE) de plantas, productos vegetales y cualquier otro material capaz de albergar plagas de plantas (por ejemplo, productos de madera y contenedores, suelo, etc.) pueden ser objeto de las siguientes medidas de protección, según lo establecido por la Directiva 2000 / 29/EC (DO L-169 10/07/2000) (CELEX 32000L0029):

### **Las prohibiciones de importación;**

Existen especies que están prohibidas y que no pueden ingresar a la Unión Europea bajo ninguna forma. Para mayor información: <http://www.boe.es/doue/2000/169/L00001-00112.pdf>

### **La inspección de aduanas y controles fitosanitarios;**

Las plantas y productos antes mencionados además de ingresar con los certificados correspondientes, serán sometidos a distintas inspecciones hechas por las autoridades competentes en los puntos de entrada autorizados.

Las inspecciones consistirán en:

- Controles de los certificados necesarios, documentos alternativos o marcas que se han expedido o satisfecho.
- Controles de identidad del producto para que se ajuste al producto declarado.
- Controles fitosanitarios.

### **Registro de Importadores;**

Los importadores, procesadores y transformadores de plantas, productos vegetales, maderas u otros objetos enumerados en el anexo V, parte B de la Directiva 2000/29/CE del Consejo Directivo deben ser incluidos en un registro oficial de un Estado miembro con un número de registro oficial.<sup>6</sup>

---

<sup>6</sup> <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2000:169:0001:0112:ES:PDF>

### **Notificación anticipada sobre las importaciones.**

Los Estados miembros pueden requerir que las autoridades de los aeropuertos, puertos, importadores u operadores avisen sobre la llegada de estos productos a los puntos de entrada.

Para mayor información, se ruega revisar la siguiente [fuente](#).

### **Control sobre madera ilegal.**

Se prohíbe el ingreso de madera cosechada ilegalmente y de sus productos derivados.

Por otra parte, los operadores de la comercialización de la madera y productos de madera a la UE además tendrán que cumplir con las obligaciones establecidas en el Reglamento (UE) no 995/2010 del Parlamento Europeo y del Consejo (DO L-295 12/11/2010) (CELEX 32010R0995).

Para más información revisar la siguiente [fuente](#).

Por otra parte, tanto la certificación FSC como PEFC contienen especificaciones que establecen barreras a la comercialización de madera ilegal.

## **6. Requerimientos de etiquetados para ingreso al país**

En los requerimientos legales no existen directrices de cómo debe ser el etiquetado de estos productos, por lo que hay gran libertad por parte del exportador en este área. Sin embargo existen tendencias de cómo debe ser el etiquetado como las del Comité Europeo de Normalización (CEN) <http://www.cenelec.eu/>

## **7. Certificaciones. Legislación y requerimientos locales.**

### **Certificado fitosanitario y / o un certificado fitosanitario para la reexportación;**

Las Importaciones de plantas o productos en base de plantas incluidos en la lista del Anexo V, Parte B de la directiva 2000/29/EC tiene que ser acompañada por el certificado fitosanitario oficial o por el certificado fitosanitario de reexportación – en caso de Chile, emitidos por el SAG. Esto último en el caso que la consignación después del envío desde un tercer país, fue almacenada, re-ensada o separada fuera de la UE.

Este documento certifica las condiciones fitosanitarias de las plantas o productos en base de plantas, y que el cargamento fue inspeccionado de manera oficial cumpliendo con los requisitos de entrada a la UE. Certificado debe cumplir con los siguientes requisitos:

- Ser escritos en, por lo menos, unas de las lenguas oficiales de la UE.
- Ser proporcionados por la autoridad competente del país tercero de origen o del país de re-exportación

- No pueden ser emitidos antes de 14 días previos al despacho de la mercadería.

Los certificados fitosanitarios deben ser emitidos en cumplimiento con las disposiciones del IPPC y tomando en cuenta el estándar sobre certificados mencionados en el “FAO International mensures Standard for Phytosanitary Measures No 12”.

### Otras certificaciones

Las directivas europeas relacionadas al medioambiente también cumplen un rol muy influyente, en cuanto al control del uso de químicos, residuos y otros materiales que puedan ser dañinos, por lo que hay gran cuidado por parte de los fabricantes en cumplir las regulaciones medioambientales.<sup>7</sup>

El uso de maderas abastecidas de fuentes sustentables y de empresas que ejercen la adecuada gestión forestal es muy relevante y un factor crítico para las empresas de muebles a la hora de elegir a su proveedor de madera, por esto los exportadores suelen certificarse con asociaciones como el Consejo de Administración Forestal (FSC)<sup>8</sup> o Programa para el Reconocimiento de la Certificación Forestal (PEFC)<sup>9</sup>, que demuestran un adecuado manejo forestal.

Imagen 3.2 Logo Certificación FSC



Imagen 3.3 Logo Certificación PEFC



## III. Potencial del Mercado

### 1. Producción local y consumo

Polonia cuenta con una desarrollada producción de maderas coníferas aserradas, exportando a la vez grandes cantidades a países de Europa como se muestra en la siguiente tabla. Cabe destacar el crecimiento de un 41,6%

<sup>7</sup> [http://europa.eu/legislation\\_summaries/environment/waste\\_management/l28045\\_es.htm](http://europa.eu/legislation_summaries/environment/waste_management/l28045_es.htm)

<sup>8</sup> <http://es.fsc.org/>

<sup>9</sup> <http://www.pefc.es/pefc.html>

que hubo el año 2013 respecto al año anterior. El principal destino de exportación es Alemania y Francia que juntos representan más de un 50% del total de exportaciones de este producto.

Importadores	US\$ MM Valor 2011	US\$ MM Valor 2012	US\$ MM Valor 2013
Mundo	110.830	101.866	144.222
Alemania	43.427	42.916	51.309
Francia	20.117	17.901	21.184
Italia	10.049	7.527	11.850
Eslovaquia	2.408	4.472	11.668
Países Bajos (Holanda)	5.283	4.202	8.679
Bélgica	6.388	4.757	7.722
Dinamarca	3.114	2.463	6.539
Austria	6.103	4.031	4.599
República Checa	2.372	2.470	4.401

Cuadro 4.1 Exportaciones de Polonia de Madera Conífera Aserrada - Fuente: International Trade Centre – Trade map -

La exportación de Polonia de madera de conífera perfilada longitudinalmente ha crecido en los últimos años, siendo los principales destinos de exportación Francia y Alemania. El crecimiento del año 2012 al 2013 fue de un 16%, lo cual es muy significativo, especialmente por el aumento de las exportaciones de este producto a Alemania.

IMPORTADORES	US\$ MM Valor 2011	US\$ MM Valor 2012	US\$ MM Valor 2013
Mundo	107.327	108.898	126.310
Francia	65.347	61.646	60.567
Alemania	20.528	18.018	31.167
Italia	5.208	3.882	7.728
España	5.787	5.927	5.738
Reino Unido	2.448	6.303	5.250
Bélgica	612	3.630	4.510
Países Bajos (Holanda)	308	1.837	2.638
Tierras Australes Francesas	761	910	1.530
Suiza	254	553	1.013

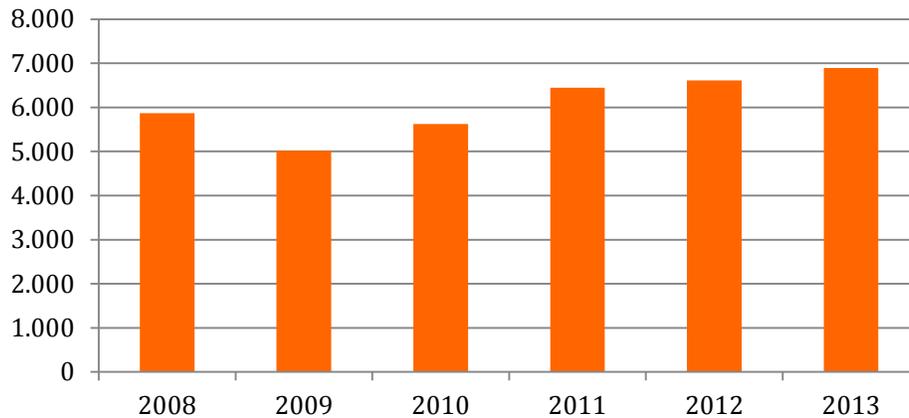
Cuadro 4.2 Exportaciones de Polonia de Madera Conífera Perfilada Longitudinalmente . Fuente: International Trade Centre – Trademap

En cuanto a la producción de muebles, Polonia es uno de los principales exportadores a nivel mundial, representando un 10% de la producción de muebles en Europa en el año 2012<sup>10</sup>. Esta industria es de gran importancia en Polonia, ya que representa un 1,8% de su PIB y se espera que siga creciendo, especialmente por las fuertes inversiones alemanas y suecas que han hecho que sea un área muy competitiva en el mercado europeo.

La balanza comercial de muebles en este país es positiva, aproximadamente un 90% de la producción local se exporta, llegando a exportar mercancías valoradas en aproximadamente 7,5 billones de euros el año 2012 y con una clara tendencia al alza, mientras que las importaciones representan 1,2 billones de euro, es decir menos de una sexta parte.

Como podemos apreciar en el grafico “Exportación de muebles desde Polonia en millones de euros”, desde el ingreso de Polonia a la Unión Europea en el año 2004 la exportaciones de muebles se han duplicado y hay una tendencia al alza con la excepción del año 2009 cuando la crisis económica afecto al área.

### Exportación de muebles desde Polonia (millones de euros)



Cuadro 4.3 Exportación de Muebles desde Polonia Fuente: Informe Polskie Meble Outlook 2014, Polish Chamber of Commerce of Furniture Manufacturers

### Centros de consumo y estacionalidad de demanda

Existen aproximadamente 23.500 compañías que se identifican como productoras de muebles de las cuales 21.000 corresponden a microempresas. Las provincias en donde se concentran la mayor cantidad de empresas son Wielkopolskie donde se encuentra la ciudad de Poznan y Mazowieckie en donde se encuentra Varsovia. La primera muy importante por su cercanía con Alemania.

<sup>10</sup><http://www.msz.gov.pl/resource/82971f69-d890-4394-aff7-01899c796784:JCR> Solo disponible en polaco



Imagen 4.1 Producción de Muebles por Regiones en Polonia. Fuente: [Polish Furniture Outlook 2012](#).

En cuanto a la estacionalidad en los productos códigos 440710 no existe grandes cambios en el nivel de importaciones según el mes, pero si se puede apreciar que los puntos más altos se alcanzan en marzo, abril y octubre. Por otro lado en diciembre se aprecia un gran declive.



Gráfico 4.1 Estacionalidad de las Importaciones de los códigos 440710XX

Fuente: International Trade Centre – Trademap

Con respecto a los productos código 440910 hay mayor estacionalidad de su demanda alcanzando sus puntos más bajos en diciembre y enero. Por otro lado, en junio y octubre se alcanza su mayor punto de demanda.



Gráfico 4.1 Estacionalidad de las Importaciones de los códigos 440910XX

Fuente: International Trade Centre – Trademap

## 2. Importaciones

Los principales países exportadores de madera de coníferas aserradas a Polonia son Suecia, Alemania, Letonia y Rusia. Las importaciones totales han bajado desde su nivel más alto en el 2011, pero siguen superando el nivel registrado hace 5 años, cuando Polonia importó USD \$123.849.000.

Exportadores a Polonia	US\$ MM Valor 2011	US\$ MM Valor 2012	US\$ MM Valor 2013
Mundo	204.259	152.182	169.695
Suecia	37.176	37.043	44.378
Alemania	43.263	30.899	32.240
Letonia	20.433	15.238	17.721
Rusia	29.800	18.812	16.864
Finlandia	12.244	11.453	16.830
Dinamarca	25.891	8.958	8.533
Austria	5.813	6.083	7.936
Estonia	4.912	4.040	6.540
Ucrania	9.087	5.117	4.247

Cuadro 4.4 Importaciones a Polonia de Madera Conífera Aserrada. Fuente: International Trade Centre – Trademap Unidad: USD miles

Las variedades de madera de coníferas han tenido dispares resultados en los últimos años como se explicará a continuación.

El producto código 44071015 ha disminuido su importación a Polonia en los últimos años, bajando considerablemente desde los USD 79.947.000 importados en 2011 a USD 48.537.000 en 2013. Cabe destacar la disminución de importaciones de procedencia alemana como el aumento de países de Europa Central.

Exportadores	US\$ MM Valor 2011	US\$ MM Valor 2012	US\$ MM Valor 2013
Mundo	79.947	57.940	48.537
Alemania	24.088	19.657	14.219
Rusia	20.463	11.443	11.193
Suecia	15.341	15.869	9.911
Dinamarca	16.574	6.915	7.590
Finlandia	19	893	3.051
Letonia	1.181	1.229	1.063
Austria	332	820	942
Lituania	314	49	324
Estonia	22	69	123

Cuadro 4.5 Importaciones a Polonia del código 44071015 Fuente: International Trade Centre – Trademap

El producto código 44071038 ha disminuido su importación a Polonia en los últimos años, pasando de los USD 10.103.000 del 2011 a USD 7.229.000 del 2013. Aquí la disminución se ve afectada por participantes como Eslovaquia y Noruega que bajaron sus exportaciones.

Exportadores	US\$ MM Valor 2011	US\$ MM Valor 2012	US\$ MM Valor 2013
Mundo	10.103	7.893	7.229
Alemania	1.591	2.255	2.408
Finlandia	81	1.384	1.987
Estonia	2.117	1.148	1.538
Noruega	1.023	559	454
Suecia	482	610	421
Eslovaquia	1.363	246	183
Dinamarca	1.610	1.395	108
Chile	83	129	102
Holanda	0	0	10
Rusia	1.038	91	8

Cuadro 4.6 Importaciones a Polonia del código 44071038 Fuente: International Trade Centre – Trademap

El producto código 44071098 ha aumentado su importación a Polonia en los últimos años, pasando de los USD 18.382.000 del 2011 a USD 21.037.000 del 2013. Suecia y Alemania aumentaron sus exportaciones de este producto lo cual explica casi en la totalidad este aumento.

Exportadores	US\$ MM Valor 2011	US\$ MM Valor 2012	US\$ MM Valor 2013
Mundo	18.382	20.099	21.037
Suecia	9.009	9.665	11.563
Alemania	2.966	3.597	4.591
Eslovaquia	2.697	2.732	1.733
Letonia	78	393	917
Rusia	675	1.662	801
Austria	602	427	603
Bélgica	404	225	286
Estonia	23	78	177
Finlandia	88	174	112
Ucrania	303	75	83

Cuadro 4.7 Importaciones a Polonia del código 44071098 Fuente: International Trade Centre – Trademap

En cuanto a la madera perfilada de coníferas, los mayores exportadores son Alemania, Estonia, Republica Checa y Suecia. El total de importaciones ha variado levemente en los últimos años, aunque si hay un aumento considerable comparados con los cerca de USD \$19.000.000 que Polonia importaba en los años 2009 y 2010.

Exportadores	US\$ MM Valor 2011	US\$ MM Valor 2012	US\$ MM Valor 2013
Mundo	23.067	23.110	22.285
Alemania	9.790	8.804	7.654
Estonia	4.343	4.335	6.015
República Checa	2.495	2.202	3.017
Suecia	628	524	1.732
Bélgica	0	136	1.069
Rusia	774	1.421	770
Finlandia	562	1.022	495
Austria	145	198	337
Italia	976	889	296

Cuadro 4.8 Importaciones a Polonia de maderas perfiladas de conífera. Fuente: International Trade Centre – Trademap

El producto código 44091011 ha aumentado en más del doble su importación a Polonia en los últimos años, pasando de los USD 211.000 del 2011 a USD 480.000 en 2013, aunque el número es bajo en general. Cabe destacar la figura de Portugal que representa el 52,5% de las importaciones.

Es el único producto importado a Polonia de países europeos localizados a mayor distancia que los exportadores tradicionales de los restantes productos tratados (Portugal, Italia). También en las estadísticas del cuadro que se encuentra por debajo se puede ver por primera vez importación transcontinental (Malasia y China). Se trata de bajos volúmenes sin estabilidad de compras.

Exportadores	US\$ MM Valor 2011	US\$ MM Valor 2012	US\$ MM Valor 2013
Mundo	211	313	480
Portugal	0	178	252
Países Bajos (Holanda)	0	29	128
República Checa	159	47	64
Francia	0	0	10
Letonia	0	0	10
Alemania	20	15	8
Malasia	0	0	4
Noruega	0	0	2
Italia	14	19	1
China	6	0	1

Cuadro 4.9 Importaciones a Polonia del código 44091011. Fuente: International Trade Centre – Trademap

El producto código 44091018 ha disminuido su importación a Polonia en los últimos años, pasando de los USD 25.404.000 en 2011 a USD 21.805.000 en 2013. Aquí la disminución se ve afectada por participantes como Alemania y Rusia que bajaron sus niveles de exportación.

Exportadores	US\$ MM Valor 2011	US\$ MM Valor 2012	US\$ MM Valor 2013
Mundo	25.404	25.689	21.805
Alemania	10.469	9.844	7.647
Estonia	4.798	5.002	6.015
República Checa	2.898	2.667	2.953
Suecia	860	564	1.732
Bélgica	0	587	1.069
Rusia	697	1.456	770

Finlandia	1.020	1.212	495
Austria	146	272	337
Italia	1.235	1.072	294
Eslovaquia	0	3	108

Cuadro 4.10 Importaciones a Polonia del código 44091018. Fuente: International Trade Centre – Trademap

Cabe señalar que los datos anteriores consideran todas las importaciones registradas según el país de origen de producción, es decir el producto puede ser exportado directamente de un país a Polonia o puede haber un país intermediario que lo reexporte; esto puede provocar leves diferencias con otras estadísticas que solo contabilizan las exportaciones directas.

## IV. Canales de Distribución y Actores del Mercado

### 1. Identificación de los principales actores en cada canal

Acorde al último informe de la Cámara Polaca de Productores de Muebles del 2014:

- En el mercado polaco operan 23.628 empresas productoras de muebles al año 2013 con una disminución de 2.2% del total participantes en año 2011. Una de las razones para explicar esta disminución sería la crisis económica que afectó la UE durante estos años. Aunque la industria ha sufrido una disminución del número de empresas en todas sus categorías para el periodo 2011 a 2013, su productividad total ha aumentado como se ve reflejado en las exportaciones ya mencionadas anteriormente. El cuadro 4.1 grafica la variación en la cantidad de participantes en la producción de muebles en Polonia.

Tamaño de empresa	2011	2013	Variación en cantidad
Total	24.157	23.628	-524
Microempresas (hasta 8 empleados)	21.939	21.745	-194
Pequeñas (9 – 49 empleados)	1.725	1.461	-264
Medianas (50-249 empleados)	385	330	-55
Grandes (más de 249 empleados)	108	92	-16

Cuadro 5.1 Categorización de las empresas en la Industria de Muebles.

- Las empresas grandes realizan el 59,1% de la producción de muebles de Polonia mientras que cerca de 22 mil empresas micro se ocupan el 10% del mercado. Las empresas pequeñas producen 14,2% del valor de los muebles y las empresas medianas 16,7%.
- La importancia del sector de producción de muebles es muy grande para Polonia, conforma el 1,80% del PIB (comparado con el promedio del 0,60% del PIB de los demás integrantes de la UE). Más del 90% de la producción es exportada y la venta al extranjero de 2,68 millones de toneladas por valor de 8,7 mil millones de U\$D sitúan a Polonia como séptimo exportador mundial de muebles.
- En los últimos años se observa la tendencia de consolidación del sector con más de 500 empresas cerradas entre 2011-2013. Se estabilizaron las condiciones del manejo de actividades y mejoraron los ánimos de la gerencia del sector. La calificación general de la coyuntura según el índice de percepción de negocios en diciembre del 2013 ha sido de 8 puntos comparado con -5 puntos del año anterior

## 2. Diagramas de flujo en canales seleccionados.



Acorde a lo indicado por el representante de la Cámara Polaca de Productores de Muebles, el flujo es muy simple e uniforme: la adquisición y venta se caracteriza por ser DIRECTA.

El abastecimiento en materia prima es cubierto en gran medida por la producción local y en ocasiones las empresas proceden a adquirir material en los países vecinos que ofrezcan el mejor precio aprovechando las

facilidades del mercado comunitario con libre venta y traspaso de productos. Un nicho importante del mercado es el de la madera exótica (Canadá, EE.UU, Brasil) y conforma también la oportunidad para empresas chilenas.

Las maderas procesadas para partes de muebles, calidades y diseños son en gran parte “locales” correspondientes a inversiones realizadas en los años 90 con gran influencia de capital alemán. La adquisición extranjera es dominada por industrias de Italia y Alemania.

El 90% de la producción es dirigida a exportaciones. En el mercado local, aparte de las grandes cadenas que producen sus muebles y tienen sus redes logísticas, no hay mayoristas. La venta se realiza en retail o tras pedido, medición, pago de anticipo y luego se elabora el producto y entrega a la dirección del cliente.

### 3. Posicionamiento del producto en canal(es) analizado(s).

Existen diversos canales para distribuir la madera y partes procesadas al fabricante de muebles o industria procesadora los cuales pueden ser directos o indirectos. El exportador puede:<sup>11</sup>

1. Contactarse directamente con la industria procesadora.
2. Exportar a un importador que podrá distribuir a la industria procesadora.
3. Utilizar un agente que funcionará como intermediario entre el exportador y la empresa importadora, es decir el agente negociará en nombre de su cliente facilitando la comunicación al entender mejor el mercado.

## V. Consumidor/ Comprador

### 1. Características. Descripción Perfil/Hábitos/Conductas.

El mercado de fabricación de muebles polacos ha cambiado notablemente en los últimos 25 años. En 1989, comenzaron las grandes transformaciones en Europa Central con la apertura internacional de Polonia tras la caída de la cortina de hierro y el paso de una economía centralmente planificada a una economía abierta. El posterior ingreso de Polonia a la Unión Europea en el año 2004 ha sido el paso final de dichos cambios.

El ingreso de Polonia a la Comunidad Europea trajo consigo grandes inversiones extranjeras en el mercado de maderas y muebles lo que llevó a un proceso de modernización e introducción de nuevas tecnologías que, a su vez, han ayudado a elevar la calidad de producción y a optimizar los procesos de fabricación. Estas inversiones se

<sup>11</sup> [http://www.cbi.eu/marketintel\\_platform/timber-and-timber-products/135906/channelsandsegments](http://www.cbi.eu/marketintel_platform/timber-and-timber-products/135906/channelsandsegments)

deben en gran parte al bajo costo de mano de obra que tiene Polonia convirtiéndose en un atractivo mercado para invertir, especialmente, para países cercanos y de alto costo de mano de obra como Alemania o Suecia.

Actualmente, los fabricantes de muebles localizados en Polonia destacan por la fabricación de productos de alta calidad con diseño acorde a las tendencias mundiales y precio competitivo. Recordemos que el 90% de la producción es dirigida a la exportación. Dichas características hacen de Polonia uno de los principales exportadores de muebles en el mundo con amplia y atractiva oferta de valor, especialmente al tener la tecnología necesaria para fabricar distintos diseños en diferentes dimensiones, materiales, colores, terminaciones, etc., lo cual lo diferencia de otros países productores de muebles a bajo precio como los asiáticos.

Acorde al informe del Centro de Promoción de Importaciones (CBI) del Ministerio de Asuntos Exteriores de Holanda,<sup>12</sup> para los fabricantes de muebles de la UE es muy importante contar con abastecedores que:

- Puedan suplir y garantizar los pedidos actuales y futuros, es decir, que tengan la maquinaria, mano de obra, materias primas y conocimiento de la industria para cumplir con los distintos pedidos y plazos.
- Tengan estándares de calidad estables según lo acordado. Se debe tener un control de calidad eficiente y demostrarlo al importador.
- Que la política de responsabilidad social empresarial y gestión de recursos humanos sea importante en sus objetivos. Por ello, las certificaciones de gestión forestal sostenible son muy relevantes.
- Generen confianza y buena comunicación, especialmente los países en vía de desarrollo deben demostrar fiabilidad y profesionalismo asegurando el cumplimiento de cada meta y cumplir con todos los requerimientos legales.

Por último, cabe destacar que la mayor venta de muebles las realizan las empresas grandes. Como punto de referencia, el año 2012 generaron un 57,8% de las ventas<sup>13</sup>, seguidas por las empresas medianas con un 15,5%, a pesar de que más de un 90% de las empresas son microempresas. Dado que pocas compañías generan el mayor porcentaje de las ventas, se trata de una industria concentrada.

En el año 2012, la facturación de la industria productora de muebles correspondió a PLN\$29.73 billones. Este valor aparece desglosado en el Cuadro 6.1.

---

<sup>12</sup><http://www.cbi.eu/>

<sup>13</sup> Polskie Meble Outlook 2014, Polish Chamber of Commerce of Furniture Manufacturers.

Tipo de Empresa	Valor producción vendida (Billones PLN)	Participación de Mercado
Total	29.73	100%
Empresas Grandes	17.18	57,8%
Empresas Medianas	4.62	15,5%
Empresas pequeñas	4.95	16,7%
Microempresas	2.97	10,0%

Cuadro 6.1 Facturación de la Industria de Muebles de Polonia.

Fuente: *Polskie Meble Outlook 2014, Polish Chamber of Commerce of Furniture Manufacturers.*

### Estructura de la Industria Desglosada por Tamaño de Empresas

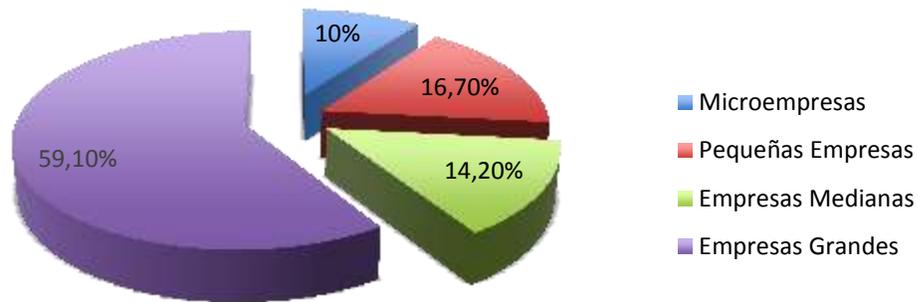


Gráfico 4.1 Estructura de la Producción de Muebles.

Fuente: *Polish Furniture Outlook 2014, Polish Chamber of Commerce of Furniture Manufacturers.*

## 2. Influencias en decisiones de compra de tendencias (sustentabilidad, etc.)

Las certificaciones de calidad también son importantes para estos fabricantes, especialmente para los grandes productores que se han certificado para entrar de mejor manera a los mercados internacionales, demostrando la calidad y eficiencia de sus procesos de fabricación. Estas se basan principalmente en la sustentabilidad. En términos generales, la certificación ecológica de la Unión Europea es la más importante para el consumidor final, esta certificación será abordada en el punto 2.1 y otras certificaciones serán abordadas en el punto 2.2.

## La etiqueta ecológica comunitaria de la Unión Europea

La etiqueta ecológica comunitaria o "el logotipo de la flor" es la marca oficial en la Unión Europea (UE) para los productos con el menor impacto ambiental en una gama de productos. Su objetivo es promover el desarrollo sustentable, así como para ayudar a los consumidores a identificar los productos que contribuyen significativamente en la realización de mejoras en aspectos ecológicos claves. Los criterios para otorgar la certificación son revisados cada cuatro años.

Esta etiqueta abarca un total de 13 macro categorías de bienes y consumo.<sup>14</sup> De estas categorías, dos están orientadas a los códigos estudiados:

- Muebles
- Revestimientos de madera

La participación en el programa es voluntaria. Esto significa que los productos se pueden vender en el mercado de la UE sin el logotipo de la flor y por lo tanto no existen normas que obligan a solicitar la etiqueta ecológica, pero esta genera un valor agregado.

Con respecto a los productos que corresponden a madera, para conseguir la certificación es necesario que la madera provenga de bosques sustentables, que los productos sean fácilmente reciclables y que no haya un uso excesivo de sustancias tóxicas. Por otro lado, cuatro de cada cinco consumidores europeos declara preferir productos que sean más amistosos con el medio ambiente.<sup>15</sup> Si bien esta es una certificación para el producto final, los componentes intermedios juegan un rol fundamental en la certificación. Este proceso puede ser realizado por el manufacturero, importadores y vendedores.



Ecolabel ha preparado un [manual explicando procedimientos, requisitos necesarios y formularios](#) para solicitar la certificación. El tiempo necesario para conseguir la certificación depende del cumplimiento de los requisitos. En caso de no cumplir con estos, existe la posibilidad de postular nuevamente en un plazo de seis meses.

Sin embargo, la oficina comercial recomienda que, al ponerse en contacto con el productor o importador, se consulte por la certificación. Es decir, saber si el comprador/importador la requiere.

Para mayor información, se recomienda revisar el siguiente [hipervínculo](#).

<sup>14</sup> <http://ec.europa.eu/environment/ecolabel/products-groups-and-criteria.html>

<sup>15</sup> [http://ec.europa.eu/environment/ecolabel/documents/Wooden\\_furniture.pdf](http://ec.europa.eu/environment/ecolabel/documents/Wooden_furniture.pdf)

# VI. Benchmarking (Competidores) y Tendencias

## 1. Principales marcas en el mercado (*locales e importadas*).

**Black Red White S.A.** es el más grande holding polaco del sector de muebles siendo productor de muebles y artículos para el hogar con cerca del 20% de la participación del mercado de venta nacional<sup>16</sup>. Ofrece una amplia oferta de muebles para el hogar, cocinas, tapizados, mesas y sillas. El grupo emplea más de 11.000 personas.

Black Red White S.A. empresa que cotiza en bolsa de valores de Varsovia (BRW) realiza el control propietario sobre las 22 sociedades dependientes que incluyen 11 empresas localizadas en el extranjero: Ucrania, Bielorrusia, Eslovaquia, Hungría, Rusia y Bosnia. La producción es realizada en 21 fábricas localizadas en Polonia y en el extranjero.

La venta retail se realiza mediante la amplia red de distribución. En Polonia la venta de muebles y artículos del hogar se efectúa mediante alrededor de 800 puntos de venta asociados y la red de 74 salones propios (incluyendo 12 de gran superficie - de 10 a 15 mil m<sup>2</sup> – localizados en las principales ciudades). BRW posee también sus salones en otros países, principalmente en Ucrania, Bielorrusia, Eslovaquia y Hungría.

La venta por mayor en Polonia se realiza mediante el centro logístico situado en la ciudad de Mielec (sudeste del país) y vía 6 almacenes regionales. En el exterior la empresa posee almacenes propios en Eslovaquia, Ucrania, Bielorrusia, Rusia y Bosnia.

Más del 40% de las ventas se realiza en el extranjero en más de 40 países, principalmente en miembros de la UE y en países de Europa Central y del Este. Los productos BRW llegan además a países como Kazajstán, Kirguistán, Mongolia, Nueva Zelanda y Canadá entre otros.



Black Red White S.A. cumple la función de coordinación de compras, producción y ventas realizadas por las sociedades pertenecientes al Grupo.

Dirección: ul. Krzeszowska 63, 23-400 Biłgoraj, Polonia

Número de Identificación Impositiva (NIP): 918-17-45-428

Número de Registro Mercantil (KRS) : 0000089493

Capital Social: 177.359.520,00 PLN

Sitio web [www.brw.com.pl](http://www.brw.com.pl)

<sup>16</sup> <http://www.brw.com.pl/black-red-white/o-firmie/> Solo disponible en polaco.



IKEA es el principal fabricante y distribuidor de muebles en el mundo. Holding que posee 303 tiendas en 26 países con cerca de 9.500 productos en portfolio para el que trabajan 135.000 personas. El año 2013 consiguió un ingreso de 28,5 mil millones de euros.

Alrededor del 60% de la producción se efectúa en Europa<sup>17</sup>. En Polonia se realiza una importante parte de esa actividad – el 40% de los muebles que comercializa IKEA son producidos en Polonia<sup>18</sup>

IKEA Retail Sp. z o.o.

Dirección: Janki, Pl. Szwedzki 3, 05-090 Raszyn, Polonia

Número de Identificación Impositiva (NIP) 527 010 33 85

Número de Registro Mercantil (KRS) 0000091681

Capital Social 143.917.000,00 PLN

Sitio web [www.ikea.com.pl](http://www.ikea.com.pl)

#### Mayores importadores de los códigos estudiados:

La Oficina Comercial en Varsovia ha analizado la información proporcionada por la aduana polaca con respecto a los códigos arancelarios antes definidos y los principales importadores de estos durante el año 2013. Estos importadores son clasificados de acuerdo al monto importado por códigos. En dicho registro figuran 180 diferentes sociedades importadoras de las cuales se clasifican de acuerdo al monto de la importación. La aduana polaca clasifica las importaciones de acuerdo al monto en cuatro categorías.

Categorías de montos de importación	Monto PLN (USD*)
Pequeña	Menor a PLN\$ 10,000 (USD \$ 3,048.9)
Mediana	Entre PLN \$10.001 y PLN \$100.000 (USD \$ 3,049 – USD \$ 30,489)
Grande	Entre PLN \$100.001 y PLN \$2.000.000 (USD \$ 30,489.1 – USD \$ 609,756.1)
Mayor	Mayor a PLN \$2.000.000 (USD \$ 609,756.1)

Cuadro 7.1 Clasificación de las Importaciones.

\* 1 USD = 3,29 PLN (acorde al tipo de cambio del Nacional Banco Polaco del 25.09.2014)

<sup>17</sup> [http://www.ikea.com/ms/pl\\_PL/this-is-ikea/about-the-ikea-group/index.html](http://www.ikea.com/ms/pl_PL/this-is-ikea/about-the-ikea-group/index.html) Solo disponible en polaco

<sup>18</sup> <http://www.ekonomia.rp.pl/artykul/1110118.html> Solo disponible en polaco.

A partir de la información proporcionada por la aduana polaca, es posible desprender que los mayores importadores de los códigos estudiados a nivel general son los siguientes:

- UNIBEP SPÓŁKA AKCYJNA  
[http://unibep.pl/Grupa\\_Unibep](http://unibep.pl/Grupa_Unibep) - Holding dedicado a la construcción. Cotiza en la bolsa de valores y mantiene operaciones en Rusia.
- "GARDENPLAN POLAND" SPÓŁKA Z OGRANICZONĄ ODPOWIEDZIALNOŚCIĄ  
Esta empresa no cuenta con página web. Sin embargo, es posible contactarla al teléfono +48 9 57 57 2292. Se dedica principalmente a la construcción de casas de madera en zonas rurales.
- BLACH-DEK 2 JANINA PISKORZ  
<http://www.blachdek.com.pl/ofirmie.html> Construcción de Techos
- DANWOOD SPÓŁKA Z OGRANICZONĄ ODPOWIEDZIALNOŚCIĄ  
<http://www.danwood.pl/firma/o-nas-> Construcción de Casas
- DOVISTA POLSKA SPÓŁKA Z OGRANICZONĄ ODPOWIEDZIALNOŚCIĄ  
<http://www.dovista.com/dovista-group-> Puertas y Ventanas
- KLOPFER POLSKA SPÓŁKA Z OGRANICZONĄ ODPOWIEDZIALNOŚCIĄ  
<http://www.klopfier.pl/> - Tablones para pisos
- Ryszard Jacyno P.P.U.H.  
<http://drewnojacyno.pl/oferta.html> - Tablones para pisos y fachadas, techos
- TARKETT POLSKA SPÓŁKA Z OGRANICZONĄ ODPOWIEDZIALNOŚCIĄ  
<http://www.tarkett.pl/> - Tablones pisos

## 2. Segmentación de competidores (commodity, nicho, etc).

El Informe de la Cámara Polaca de Productores de Muebles, publicado en febrero del 2014, presenta en su página 18 la siguiente tabla elaborada en base a datos del KRS (Registro Mercantil Polaco) y de Rzeczpospolita Lista 2000 (del 24.10.2010). El ranking adjuntado indica el posicionamiento de las principales empresas productoras de muebles en el mercado

	Empresa	Ingresos (x 1000 PLN)		Empleados	Página Web
		2012	2011		
1	Swedwood Poland S.A.	-	3 977 313	8 440	<a href="http://www.swedwood.com">www.swedwood.com</a>
2	Black Red White S.A.	1 611 957	1 711 385	7 967	<a href="http://www.brw.com.pl">www.brw.com.pl</a>
3	Nowy Styl S.A.	1 000 330	985 702	4 808	<a href="http://www.nowystylgroup.com">www.nowystylgroup.com</a>
4	Com. 40 Limited Sp. z o.o.	686 260	686 260	250	<a href="http://www.comforty.pl">www.comforty.pl</a>
5	Fabryka Mebli Forte S.A.	559 624	527 208	2 148	<a href="http://www.forte.com.pl">www.forte.com.pl</a>
6	Dendro Poland Ltd Sp. z o.o.	405 547	335 934	-	<a href="http://dendro.pl/">http://dendro.pl/</a>
7	Szynaka-Meble Sp. z o.o.	388 879	425 028	1 210	<a href="http://www.szynaka.pl">www.szynaka.pl</a>

8	FM Bodzio s.j.	346 005	309 848	2 270	<a href="http://www.bodzio.pl">www.bodzio.pl</a>
9	Hilding Anders Polska	292 459	316 619	576	<a href="http://www.hilding.pl">www.hilding.pl</a>
10	BRW Mielec Sp. z o.o.	262 353	300 807	1 094	<a href="http://www.brwmielec.pl">www.brwmielec.pl</a>
11	Sits Sp. z o.o.	250 404	250 404	821	<a href="http://www.sits.eu">www.sits.eu</a>
12	Europol Meble S.A.	248 373	237 133	1 580	<a href="http://www.europol-meble.pl">www.europol-meble.pl</a>
13	PROFIM Sp. z o.o.	246 116	244 654	1 250	<a href="http://www.profim.eu">www.profim.eu</a>
14	Jobon Sp. z o.o.	-	243 166	1 436	-
15	ZPU Prawda Sp. z o.o.	189 170	189 170	1 015	<a href="http://www.prawda.net.pl">www.prawda.net.pl</a>
16	Euroline Sp. z o.o.	189 042	189 042	800	<a href="http://www.euroline.net.pl">www.euroline.net.pl</a>
17	Wójcik Fabryka Mebli Sp. z o.o.	179 441	156 390	378	<a href="http://www.meblewojcik.pl">www.meblewojcik.pl</a>
18	Matex Sp. z o.o.	175 689	165 842	750	<a href="http://www.matex-polstermoebel.com.pl">www.matex-polstermoebel.com.pl</a>
19	Polipol Meble Sp. z o.o.	165 840	165 195	1 015	<a href="http://www.polipol.pl">www.polipol.pl</a>
20	DFM Sp. z o.o.	163 502	134 740	400	<a href="http://www.dfm.com.pl">www.dfm.com.pl</a>
21	H.M. Helvetia Meble	155 073	186 554	453	<a href="http://www.helvetia-wieruszow.pl">www.helvetia-wieruszow.pl</a>
22	HF Helvetia Furniture	155 072	131 000	-	<a href="http://www.helvetia.com.pl">www.helvetia.com.pl</a>
23	Hjort Knudsen Polska Sp. z o.o.	152 286	149 818	800	<a href="http://www.hjortknudsen.pl">www.hjortknudsen.pl</a>
24	Steinpol Meble Sp. z o.o.	-	144 207	494	-
25	Domo-Meble (en liquidación)	-	143 597	300	<a href="http://www.domo-meble.pl">www.domo-meble.pl</a>
26	Kler S.A.	140 424	124 759	235	<a href="http://www.kler.eu">www.kler.eu</a>
27	Meble Vox S.A.	135 477	121 469	700	<a href="http://www.meble.vox.pl">www.meble.vox.pl</a>
28	KPM Meble Kłodzko	-	134 644	400	<a href="http://www.kpm-meble.com.pl">www.kpm-meble.com.pl</a>
29	Fabryka Mebli Stolplyt	131 863	148 690	361	<a href="http://www.stolplyt.com.pl">www.stolplyt.com.pl</a>
30	Recticel Komfort Snu Sp. z o.o.	129 601	125 322	265	<a href="http://www.recticel.pl">www.recticel.pl</a>
31	Marbet Sp. z o.o.	129 032	135 724	470	<a href="http://www.marbet.com.pl">www.marbet.com.pl</a>
32	PPH Mago Sp. z o.o.	-	128 862	350	-
33	BLEK - Meble Sp. z o.o.	116 424	132 912	-	<a href="http://www.blekmeble.pl">www.blekmeble.pl</a>
34	NTS Wajnert s.j.	106 782	107 102	750	<a href="http://www.wajnert.pl">www.wajnert.pl</a>
35	Klose Pomorska Fabryka Mebli Sp. z o.o.	-	102 350	317	<a href="http://www.klose.pl">www.klose.pl</a>
36	KFM-Furniture Sp. z o.o.	101 717	109 294	347	-
37	Malow Sp. z o.o.	98 194	117 359	440	<a href="http://www.malow.pl">www.malow.pl</a>
38	Bydgoskie Fabryki Mebli S.A.	97 023	106 151	723	-

### 3. Atributos de diferenciación de productos en el mercado

Los productos definidos en las glosas arancelarias aquí descritas no presentan mayor valor agregado que le permita diferenciarse por producto. En este caso, la gestión de la empresa exportadora será el elemento principal de diferenciación de otras compañías de la competencia. Factores como control de calidad, precio y capacidad de producción son también muy relevantes en esta industria. Adicionalmente, como ya se ha mencionado

anteriormente, las certificaciones de producción forestal sustentable son cada vez más importantes y críticas para muchas empresas productoras de muebles.

#### 4. Campañas de marketing de competidores externos o productores locales: (links e imágenes).



Uno de los mayores exportadores e importadores de madera es Suecia el cual ha iniciado hace algunos años campañas que promocionan el uso de madera sueca. El Swedish Forest Industries Federation<sup>19</sup> es una organización que se encarga de esta tarea representando a manufactureras de papel, pulpa y madera, específicamente su departamento Swedish Wood<sup>20</sup> tiene como objetivo aumentar el uso de madera sueca en algunos mercados específicos y para esto difunde información sobre las cualidades y beneficios de la madera sueca.



En el mercado existen asociaciones gremiales como *The Polish Chamber of Commerce of Furniture Manufacturers*<sup>21</sup> la cual dentro de su trabajo de marketing realiza actividades de promoción y desarrollo de los muebles polacos a nivel nacional e internacional.

## VII. Opiniones de actores relevantes en el mercado

Según el presidente de la organización *The Polish Chamber of Commerce of Furniture Manufacturers*<sup>22</sup>, aunque las exportaciones de muebles en Polonia han aumentado aún no existe una imagen de marca fuerte que identifique a los muebles polacos y, por lo mismo, es necesario instaurar campañas que desarrollen la marca “mueble polaco”. Además, la organización se declara abierta a crear y fortalecer relaciones con institutos, cámaras, gremios y

<sup>19</sup> <http://www.forestindustries.se>

<sup>20</sup> [http://www.swedishwood.com/about\\_us\\_1](http://www.swedishwood.com/about_us_1)

<sup>21</sup> [www.oigpm.org.pl](http://www.oigpm.org.pl)

<sup>22</sup> [http://www.polskameble.pl/en/about\\_the\\_program/folder\\_en\\_net.pdf](http://www.polskameble.pl/en/about_the_program/folder_en_net.pdf)

universidades para lo que destina fondos y recursos.<sup>23</sup> Es así que existe la oportunidad para crear vínculos con asociaciones y gremios en Chile.

## VIII. Fuentes de información (*Links*)

### 1. Autoridades en Polonia

**Główny Inspektorat Jakości Handlowej**

**Artykułów Rolno-Spożywczych**

**Agencia de Inspección Agrícola y de la Calidad Alimentaria**

ul. Wspólna 30

00-930 Varsovia

Tel. +48 (022) 623-29-00

Tel. +48 (022) 623-29-01

Fax: +48 (022) 623-29-98

Fax: +48 (022) 623-29-99

e-mail: [sekretariat@ijhar-s.gov.pl](mailto:sekretariat@ijhar-s.gov.pl)

**SŁUŻBA CELNA RZECZYPOSPOLITEJ**

**POLSKIEJ**

**SERVICIO DE ADUANAS DE POLONIA**

**UL. ŚWIĘTOKRZYSKA 12**

**00-916 VARSOVIA**

**TEL: +48 (22) 857 62 51**

e-mail: [informacja.celna@mofnet.gov.pl](mailto:informacja.celna@mofnet.gov.pl)

**WEBSITE: <http://www.mf.gov.pl>**

**Główny Inspektorat Sanitarny**

**Agencia de Inspección Sanitaria**

ul. Targowa 65

03-729 Varsovia

tel.: +48 (22) 536-13-00

Fax +48 (22) 635-61-94

e-mail: [inspektorat@gis.gov.pl](mailto:inspektorat@gis.gov.pl)

<sup>23</sup> [http://www.oigpm.org.pl/files\\_upload/meble\\_news\\_copy6.pdf](http://www.oigpm.org.pl/files_upload/meble_news_copy6.pdf)

## 2. Otras Asociaciones de Interés

The Polish Chamber of Commerce of Furniture Manufacturers

[www.polskameble.pl](http://www.polskameble.pl)

Estadísticas, tendencias e información sobre la industria de muebles en Polonia.

## 3. Ferias y Eventos Locales

### Meble Polska

Feria Internacional de Muebles

17-20 de Febrero 2015

Lugar: Poznan, Polonia

<http://meble.mtp.pl/EN/>

*El presente documento, de investigación de mercado e informativo, es propiedad de ProChile, organismo dependiente del Ministerio de Relaciones Exteriores de Chile. El acceso a este documento es de carácter público y gratuito. No obstante lo anterior, su reproducción íntegra o parcial sólo podrá ser efectuada citándose expresamente la fuente del mismo, indicándose el título de la publicación, fecha y la oficina o unidad de ProChile que elaboró el documento. Al ser citado en una página Web, deberá estar linkeado al sitio de ProChile para su descarga.*